

EL LENGUAJE PERIODÍSTICO. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Introducción

El lenguaje utilizado por los medios de comunicación de masas se corresponde habitualmente con el nivel medio de habla, aunque en algunas ocasiones, por la calidad del medio o por el género utilizado, puedan rastrearse tanto vulgarismos como usos cultos o literarios. Por obvios motivos prácticos aquí trataremos sólo de la prensa escrita.

Los manuales de estilo

Dada la difusión de estos medios, la influencia que ejercen sobre la lengua es trascendental: el hablante medio tiende a imitar los usos lingüísticos de la prensa, la radio y la televisión. Por esta razón, los periodistas tienen la obligación moral de utilizar la lengua con la mayor corrección y propiedad. Buena prueba del interés de los periodistas y de las empresas editoras por la utilización del lenguaje son los manuales de estilo publicados por algunas empresas editoras de periódicos.

Objetivos de la prensa

En general, todo medio de difusión persigue tres objetivos: informar, orientar y entretener. El uso de la lengua varía según el objetivo que prevalezca en un determinado programa o en un artículo periodístico. Para informar se emplea un habla coloquial y un tono expositivo. Para orientar se utiliza un habla más culta, más formalizada, con abundantes términos abstractos, ya que el periodista transmite ideas o reflexiones que surgen del análisis de unos hechos. Tras estos objetivos teóricos se esconde con demasiada frecuencia la voluntad de influir sobre la opinión pública e, incluso, en el caso de algunos medios, de manipularla.

Características del lenguaje periodístico

Teniendo en cuenta la variedad de subgéneros a los que las características generales que vamos a estudiar han de corresponder, es inevitable que hablemos de rasgos generales, no aplicables en su conjunto a todos los subgéneros periodísticos. No obstante, en todo escrito periodístico se podrán rastrear en mayor o menor medida las siguientes características:

- **Concisión:** el volumen de hechos informativos es tan grande que la concisión es un rasgo imprescindible cuando se quiere transmitir en un espacio o en un tiempo fijos la mayor cantidad de información posible.
- **Especial disposición de los contenidos:** la subordinación a un espacio o a un tiempo determinados y el deseo de captar el interés del lector u oyente hacen necesaria una especial disposición de los contenidos en los artículos periodísticos. En una noticia, por ejemplo, los datos de mayor interés se incluyen en primer lugar y, a continuación, se desarrollan aspectos secundarios de la noticia (estructura de pirámide invertida). De este modo, si la noticia tiene que ser recortada por falta de espacio o de tiempo, se omitirán los elementos accesorios, nunca los elementos principales.
- **Tendencia al cliché:** la propia urgencia con que se redactan los textos periodísticos, junto con la búsqueda de la concisión, fomenta la creación de un lenguaje con cierta tendencia al cliché, el uso de frases hechas, metáforas manidas y tópicos. Esto constituye un defecto señalado por todos los manuales de estilo.
- **Sintaxis sencilla. Orden lógico:** el empleo de oraciones cortas y de un léxico sencillo facilita la comprensión de los textos periodísticos. Los diversos elementos de la oración deben estar dispuestos siguiendo el orden lógico: sujeto, verbo, complementos (directo, indirecto, circunstancial). Este orden sólo debería verse alterado para destacar alguno de los componentes de la oración.
- **Objetividad:** toda información debe ser tratada con la mayor objetividad. La presencia de adjetivos antepuestos o valorativos es un síntoma inequívoco de subjetivismo en el tratamiento de esa información, como también lo es la presencia de pronombres o de formas verbales en primera persona. Con todo, muchos autores afirman que la objetividad pura no existe, ni podrá existir nunca en los medios de comunicación.

@ Fernando Fedriani